

Hemling, Heinz

## Öffentlichkeitsarbeit an Erziehungs- und Familienberatungsstellen - eine bundesweite Umfrage

*Praxis der Kinderpsychologie und Kinderpsychiatrie 36 (1987) 6, S. 215-219*



Quellenangabe/ Reference:

Hemling, Heinz: Öffentlichkeitsarbeit an Erziehungs- und Familienberatungsstellen - eine bundesweite Umfrage - In: Praxis der Kinderpsychologie und Kinderpsychiatrie 36 (1987) 6, S. 215-219 - URN: urn:nbn:de:0111-opus-8183 - DOI: 10.25656/01:818

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-opus-8183>

<https://doi.org/10.25656/01:818>

in Kooperation mit / in cooperation with:

**Vandenhoeck & Ruprecht**

**V&R**

<http://www.v-r.de>

### Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.

This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

### Kontakt / Contact:

**peDOCS**  
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation  
Informationszentrum (IZ) Bildung  
E-Mail: [pedocs@dipf.de](mailto:pedocs@dipf.de)  
Internet: [www.pedocs.de](http://www.pedocs.de)

Digitalisiert

Mitglied der

  
Leibniz-Gemeinschaft

# Praxis der Kinderpsychologie und Kinderpsychiatrie

Ergebnisse aus Psychoanalyse, Psychologie und Familientherapie

Herausgegeben von R. Adam, Göttingen · A. Dührssen, Berlin · E. Jorswieck, Berlin  
M. Müller-Küppers, Heidelberg · F. Specht, Göttingen

Schriftleitung: Rudolf Adam und Friedrich Specht unter Mitarbeit von Gisela Baethge und Sabine Göbel  
Redaktion: Günter Presting

36. Jahrgang / 1987

VERLAG FÜR MEDIZINISCHE PSYCHOLOGIE IM VERLAG  
VANDENHOECK & RUPRECHT IN GÖTTINGEN UND ZÜRICH

# Öffentlichkeitsarbeit an Erziehungs- und Familienberatungsstellen – eine bundesweite Umfrage

Von Heinz Hemling

## Zusammenfassung

1984 hatte der Autor während der „Wissenschaftlichen Jahrestagung“ der Bundeskonferenz für Erziehungsberatung (BKfE) in Freiburg im Rahmen einer Arbeitsgruppe ein Referat über die „lokale Öffentlichkeitsarbeit der Familienberatungsstelle des Landkreises Freudenstadt“ gehalten. Daraus ergab sich die Frage, wie andere Beratungsstellen Öffentlichkeitsarbeit betreiben und welchen Stellenwert sie der Öffentlichkeitsarbeit derzeit beimessen. Eine bundesweite Befragung aller Erziehungs- und Familienberatungsstellen (außer den Neben- und Außenstellen) sollte darüber Aufschluß geben. 630 Stellen wurden angeschrieben, 320 Beratungsstellen sandten den Fragebogen zurück. Die Ergebnisse der Erhebung werden im einzelnen kurz angesprochen. Fazit der Umfrage: Das Interesse an Öffentlichkeitsarbeit ist in der Bundesrepublik gewachsen und kommt in der Forderung nach mehr Praxisnähe und alltagsbezogenen Aktivitäten der Beratungsstellen zum Ausdruck.

## 1 Einleitung

Die Frage nach der Notwendigkeit einer gezielten aktiven Öffentlichkeitsarbeit von Erziehungsberatungsstellen war in Zeiten der Gründung und des Ausbaus der Beratungsstellen noch kein Thema, mit dem man sich (überregional) befaßte. Man war zunächst damit beschäftigt, sich räumlich einzurichten und eine fachlich gute Arbeit zu leisten.

Inzwischen hat sich die Arbeitssituation an unseren Beratungsstellen, was die Stellenbesetzung und Ausstattung angeht, in den letzten Jahren verbessert. Die jüngeren Kollegen fühlen sich heute nicht mehr als Pioniere; sie können zurückgreifen auf das, was aufgebaut und bisher erreicht wurde – trotz der nach wie vor bestehenden Schwierigkeiten in bestimmten Bereichen, je nach den lokalen Verhältnissen.

Insgesamt gesehen ist die Institution Erziehungsberatung (EB) mittlerweile weitgehend in das Netz der psychosozialen Versorgung der Bevölkerung integriert. Die Berater haben ein höheres Maß an fachlicher Souveränität und Anerkennung erreicht als dies noch vor Jahren denkbar gewesen wäre. Dies zeigt sich nicht nur in einem höheren Bekanntheitsgrad der Erziehungs- und Familienberatungsstellen in der Bevölkerung, sondern auch in einem sich allmählich entwickelnden Bewußtsein für die Notwendigkeit einer aktiveren Öffentlichkeitsarbeit der Beratungsstellen selbst (Hemling, 1981).

Vandenhoeck & Ruprecht

## 2 Durchführung der Befragung

### 2.1 Intention

Nach einem ersten Erfahrungsaustausch von Erziehungsberatern zum Thema „Öffentlichkeitsarbeit“ während der XIX. Wissenschaftlichen Jahrestagung der BKfE 1984 in Freiburg (Hemling, 1985) war es das Anliegen des Autors, nun ein umfassenderes Bild von der Arbeit der Beratungsstellen auf diesem Gebiet zu erhalten. Es ging um die Frage, wie und in welchem Umfang Erziehungsberatungsstellen heute Öffentlichkeitsarbeit betreiben – welche Erfahrungen, Erfolge und Probleme sie hierzu berichten können? Dabei konnte es aus verschiedenen Gründen nicht um die Entwicklung eines umfangreichen Instrumentariums gehen; der Fragebogen sollte vielmehr kurz und damit relativ schnell beantwortbar sein. Es kam darauf an, möglichst viele Einrichtungen ohne größeren Aufwand zu erreichen und einen hohen Rücklauf zu erzielen.

Auf der Grundlage dieser Daten sind weitergehende und gezieltere Untersuchungen zu diesem Themenkomplex denkbar. Ziel weiterer Arbeiten ist u.a. die Erstellung eines „Informationspapiers zur Öffentlichkeitsarbeit an Erziehungs- und Familienberatungsstellen“, die Erarbeitung einer „Konzeption der Öffentlichkeitsarbeit“ und ein intensiverer Informations- und Erfahrungsaustausch zwischen den Beratungsstellen.

### 2.2 Stichprobe

Im Herbst 1985 wurde der Fragebogen an insgesamt 630 Erziehungsberatungsstellen (ohne Neben- und Außenstellen) in der Bundesrepublik und West-Berlin versandt. Im Frühjahr 1986 war der Rücklauf der Bögen aus allen Bundesländern abgeschlossen. Die Rücksendequote liegt bei rund 51 Prozent, entsprechend 320 beantworteten Fragebögen, was weitgehend allgemeingültige Aussagen zuläßt, auch wenn die Erhebung zunächst nur als pilot study geplant war.

### 2.3 Fragebogen

Im einzelnen wurden den Kollegen und Kolleginnen folgende Fragen zur Beantwortung vorgelegt:

1. Wie schätzen Sie momentan Ihre Bereitschaft ein, diesen Fragebogen auszufüllen?

keine Bereitschaft	<input type="radio"/>
wenig Bereitschaft	<input type="radio"/>
mittlere Bereitschaft	<input type="radio"/>
hohe Bereitschaft	<input type="radio"/>
sehr hohe Bereitschaft	<input type="radio"/>

1987

2. Sind Sie der Ansicht, daß eine EB Öffentlichkeitsarbeit betreiben sollte?
    - weiß nicht ☐
    - ja ☐
    - nein ☐
  3. Betreiben Sie in Ihrer Beratungsstelle Öffentlichkeitsarbeit?
    - ja ☐
      - seit wann? .....
    - nein ☐
      - Gründe?
        - keine Erfahrung mit Ö.A. ☐
        - keine Zeit dafür ☐
        - Ö.Ä. ist nicht so wichtig ☐
        - keine finanziellen Mittel ☐
        - Kontrolle durch den Träger ☐
        - befürchten Zunahme der Anmeldungen ☐
        - sonstige Gründe: .....
  4. Wer ist für die Öffentlichkeitsarbeit Ihrer EB zuständig?
    - Leiter ☐
    - einzelne Mitarbeiter ☐
    - Team ☐
    - (Anmerkung: Hier wurde auch um die Angabe der Fachrichtung gebeten.)
  5. Sind Sie in Ihrer Öffentlichkeitsarbeit vom Träger
    - eher abhängig ☐
    - eher unabhängig ☐
  6. Wie betreiben Sie in Ihrer Stelle Öffentlichkeitsarbeit? (Bitte nur Stichpunkte angeben!)
  7. Mit welchen Initiativen und Aktivitäten hatten Sie bisher besonderen Erfolg?
  8. Welche Probleme und Schwierigkeiten hatten Sie bisher in Ihrer Stelle, eine aktive Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben?
  9. Worin sehen Sie die wichtigste Aufgabe einer gezielten Öffentlichkeitsarbeit von Erziehungsberatungsstellen?
  10. Kennen Sie Beispiele einer erfolgreichen Öffentlichkeitsarbeit anderer Beratungsstellen?
  11. Vorschläge und Anregungen zum Thema „Öffentlichkeitsarbeit von Erziehungs- und Familienberatungsstellen“: ...
- Zusatzfragen:
- Wieviele hauptamtliche Mitarbeiter umfaßt Ihr Team?
  - Wer ist der Träger der Einrichtung?

man die kirchlichen Träger zusammen, so werden (innerhalb unserer Stichprobe) 141 Stellen (44,0%) von den Kirchen getragen. In 117 Fällen (36,6%) sind die Landkreise resp. Kommunen Träger einer Erziehungs- und Familienberatungsstelle.

### 3.2 Einzelergebnisse

Im folgenden werden die wesentlichen Ergebnisse der Befragung kurz dargestellt:

*Frage 1: Wie schätzen Sie momentan Ihre Bereitschaft ein, diesen Fragebogen auszufüllen?*

Diese Eingangsfrage sollte zunächst einmal im Sinne des warming up zum Thema hinführen. Darüber hinaus sollte sie Aufschluß geben über die aktuelle Motivation, sich mit diesem Thema zu befassen.

Die Verteilung der Antworten stellt sich folgendermaßen dar: Über die Hälfte (51,2%) der befragten Kollegen und Kolleginnen hatte eine mittlere Bereitschaft zur Beantwortung des Fragebogens. 89 (27,8%) waren demgegenüber wenig motiviert. 48 (15,0%) besaßen eine hohe Motivation zur Beantwortung der Fragen. In 9 Fällen (2,8%) war schließlich eine sehr hohe – in 5 Fällen (1,6%) keine Motivation vorhanden. Hervorzuheben bleibt, daß von 320 Beratern 57 (17,8%) ein besonders starkes Interesse erkennen ließen, den Fragebogen auszufüllen und sich mit dem vorliegenden Themenkomplex zu befassen.

*Frage 2: Sind Sie der Ansicht, daß eine EB Öffentlichkeitsarbeit betreiben sollte?*

Diese Frage wurde von der überwiegenden Mehrheit der Kollegen (97,8%) allgemein bejaht. Zwei konkrete Reaktionen hierzu:

„Ja! Unbedingt, sie kann für die EB lebensnotwendig sein!“ (EB eines Landkreises)

„Im Prinzip ja, weil alle die gleiche Chance haben sollten zu wissen, daß und wo es Beratung gibt. Dazu gehört aber auch, daß die Beratungsstellen personell in der Lage sein müßten, den Bedarf zu decken!“ (EB einer Kommune)

Die allgemeine Zustimmung auf die Frage, ob eine EB überhaupt Öffentlichkeitsarbeit betreiben sollte oder nicht, sagt noch nichts darüber aus – wie die Auswertung der weiteren Fragen zeigt –, ob eine Beratungsstelle in ihrem Falle Öffentlichkeitsarbeit betreiben kann, d. h. dazu personell und organisatorisch in der Lage ist. Grundsätzlich aber wird die Notwendigkeit von Öffentlichkeitsarbeit nicht in Frage gestellt – etwa mit dem Argument, daß eine EB lediglich solide fachliche Arbeit zu leisten habe und eine besondere Öffentlichkeitsarbeit nicht ihre Aufgabe sei. Dieses Argument wurde im Rahmen der Umfrage nur vereinzelt vorgebracht.

*Frage 3: Betreiben Sie in Ihrer Beratungsstelle Öffentlichkeitsarbeit? Wenn ja, seit wann?*

291 Stellen (90,9%) antworteten hier zustimmend. Zwölf Beratungsstellen (3,8%) schränkten ihre Antwort mit „hin und wieder“ oder „in geringem Umfang“ ein; begründet wurde dies teilweise mit der Zunahme der Anmeldungen.

## 3 Darstellung der Ergebnisse

### 3.1 Größe und Träger der Einrichtungen

- a) Anzahl der Mitarbeiter:
 

Nahezu zwei Drittel der Beratungsstellen (64%) sind mit drei bis sechs Mitarbeitern besetzt. Jede zweite EB hat drei, vier oder fünf Mitarbeiter. Die meisten Stellen (19%) verfügen über ein (Standard-)Team von vier Mitarbeitern.
- b) Träger der Einrichtung:
 

Relativ viele Erziehungsberatungsstellen (Psychologische Beratungsstellen, Familienberatungsstellen) werden von der katholischen Kirche (Caritas, kath. Jugendfürsorge) (22,2%) und den Landkreisen (21,3%) getragen. 15,3% der Beratungsstellen haben die Kommune als Träger. 13,8% der Stellen liegen in der Trägerschaft eines freien Wohlfahrtsverbandes und 12,5% der Erziehungsberatungsstellen werden von der evangelischen Kirche getragen. Faßt

Auf die Zusatzfrage „seit wann?“ reagierten 129 Stellen (40,3%) mit dem ergänzenden Vermerk „schon immer“ resp. „seit Bestehen der Einrichtung“. Hierzu eine konkrete Reaktion:

„Ja, von Anfang an – sonst gäb' es uns nicht!“ (EB eines Vereins)

Als Nebenergebnis der Auswertung dieser Frage bleibt festzuhalten, daß allein im Zeitraum zwischen 1970 und 1980 162 Beratungsstellen (51%) den Beginn ihrer Öffentlichkeitsarbeit datieren.

15 Stellen (4,7%) beantworteten die Frage 3 mit „nein“. Als Gründe wurden die „Zunahme der Anmeldungen“, darüber hinaus „keine Zeit“, „Kontrolle durch den Träger“, „keine Erfahrung“ und „nicht wichtig“ angeführt.

*Frage 4: Wer ist für die Öffentlichkeitsarbeit Ihrer EB zuständig?*

In 220 Beratungsstellen (45,2%) war das gesamte Team für die Öffentlichkeitsarbeit zuständig. In 157 Stellen (32,3%) lag diese Tätigkeit im Zuständigkeitsbereich des Leiters der betreffenden EB. Und in 88 Fällen (18,0%) waren einzelne Mitarbeiter mit der Öffentlichkeitsarbeit der Stelle beauftragt. Da Mehrfachantworten möglich waren, sind diese Angaben als Schwerpunkte anzusehen. 241 Angaben zur Frage 4 bezogen sich auf die „Fachrichtung“ der für die Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Berater. In 115 Fällen (47,7%) waren es Diplom-Psychologen, in 45 Fällen (18,7%) Sozialpädagogen, in 28 Fällen (11,6%) Sozialarbeiter, in 15 Fällen (6,2%) Heilpädagogen und in 11 Fällen (4,6%) Diplom-Pädagogen, die sich um die Öffentlichkeitsarbeit der eigenen Stelle kümmerten. Es fällt auf, daß die Mitarbeit von Sekretärinnen in diesem Zusammenhang nur von drei Beratungsstellen ausdrücklich erwähnt wird.

*Frage 5: Sind Sie in Ihrer Öffentlichkeitsarbeit vom Träger eher abhängig oder eher unabhängig?*

Als „eher abhängig“ bezeichneten sich 87 Beratungsstellen (27,2%), drei Stellen (0,9%) gaben an, von ihrem Träger total abhängig zu sein. Hierzu eine konkrete Reaktion:

„Abhängig bzgl. der Relevanz des Themas für den kirchlichen Raum, inhaltlich besteht Toleranz mit Grenze“ (Träger: Evang. Kirche).

Demgegenüber waren 215 Beratungsstellen (67,2%) „eher unabhängig“. Damit sind zwei Drittel der Beratungsstellen unserer Stichprobe in ihrer Öffentlichkeitsarbeit weitgehend unabhängig von ihrem jeweiligen Träger. Etwas mehr als ein Viertel der Stellen muß demgegenüber die Öffentlichkeitsarbeit mehr oder weniger mit der Verwaltung oder Geschäftsführung der Trägereinrichtung abstimmen.

*Frage 6: Wie betreiben Sie in Ihrer Stelle Öffentlichkeitsarbeit?*

Hier wie auch bei den folgenden Fragen sollten lediglich Stichpunkte angegeben werden. Trotz der Kürze der Antworten kamen hier doch sehr viele Informationen zusammen, die in diesem Rahmen im einzelnen nicht wiedergegeben werden können. Von den insgesamt 1734 Nennungen entfallen die meisten Angaben auf *stadtteil-*

*bezogene Kontakte* ( $f = 255/14,7\%$ ). An zweiter Stelle steht bereits die *Pressearbeit* mit 222 Nennungen (12,8%). An dritter Stelle wurden *Informations-Kontakte* genannt ( $f = 211/12,2\%$ ). Und schließlich stellten *Vorträge* noch einen wichtigen Teil der Öffentlichkeitsarbeit vieler Beratungsstellen dar ( $f = 186/10,7\%$ ).

Zu Frage 6 noch einige konkrete Reaktionen von Kollegen und Kolleginnen:

„Da die Einrichtung mit einem Stadtteil-Treffpunkt integriert arbeitet, ist die Öffentlichkeitsarbeit darüber sehr stark ausgebaut.“ (EB eines Vereins)

„Regelmäßiger Eintrag unter der Rubrik: Rat und Hilfe.“ (EB einer Kommune)

„Mundpropaganda in Gremien, z.B. JWA.“ (Zweckverband als Träger)

„Teilnahme mit Info-Ständen auf Messen.“ (EB einer Kommune)

„Postwurfsendung der EB-Broschüre.“ (EB eines Landkreises)

*Frage 7: Mit welchen Initiativen und Aktivitäten hatten Sie bisher besonderen Erfolg?*

In der Beantwortung dieser Frage kamen erwartungsgemäß sehr viele Daten zusammen. Ein Viertel ( $f = 174/25,4\%$ ) der insgesamt 685 Nennungen zu dieser Frage bezog sich auf (*persönliche*) *Kontakte* der Berater der betreffenden EB zu: Vorschuleinrichtungen, Schulen, Ärzten und Kliniken, sozialen Institutionen, kirchlichen Einrichtungen, Politikern und Parteien sowie Behörden und Ämtern. An zweiter Stelle wurde die (lokale) *Pressearbeit* angeführt ( $f = 68/9,8\%$ ). An dritter Stelle standen *Vortragsveranstaltungen* ( $f = 64/9,3\%$ ), danach wurden *Fortbildung und Supervision* (z.B. in Kindergärten) erwähnt ( $f = 51/7,4\%$ ). *Elternabende* wurden von 50 Beratungsstellen (7,3%) als Beispiel einer erfolgreichen Öffentlichkeitsarbeit genannt, und ebenso wurden *Informations-Veranstaltungen* ( $f = 42/6,1\%$ ) und das Verteilen von *Informations-Materialien* ( $f = 30/4,4\%$ ) als wichtig eingestuft.

Zusammenfassend kann hier festgehalten werden, daß zahlreiche Kollegen und Kolleginnen dem (persönlichen) Kontakt zu anderen Institutionen im psycho-sozialen Versorgungssystem der jeweiligen Gemeinde einen besonderen Stellenwert beimessen. Stellvertretend für viele Mitteilungen, die uns hierzu erreichten, die Angaben einer Erziehungsberatungsstelle eines Landkreises:

„Teilnahme an Elternsprechtagen: Alle Schüler und Eltern wurden schriftlich informiert, daß Mitarbeiter der EB an einem Tag (Elternsprechtag) allen Eltern zur Verfügung stehen (größte Öffentlichkeitswerbung). Video-Film über Familientherapie: bei Politikern und Fachleuten (Lehrern, JA, Gesundheitsamt usw.) größter Erfolg. Sehr große Wirkung: Durchführung einer dreiwöchigen therapeutischen Ferienfreizeit – darüber wurde ein Film gedreht und Zeitungsartikel. Organisation eines Kindertheaterstücks (mit Kulturring) und pädagogische Diskussion, es nahmen 600 Personen teil und Presseartikel.“

*Frage 8: Welche Probleme und Schwierigkeiten hatten Sie bisher in Ihrer Stelle, eine aktive Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben?*

Die meisten Antworten auf diese Frage verweisen auf die „*fehlende Zeit*“ ( $f = 129/28,5\%$ ). Darüber hinaus



wird eine deutliche Zunahme der Anmeldungen und damit auch der Wartezeiten befürchtet ( $f = 71/15,6\%$ ). Das Problem, die Öffentlichkeitsarbeit der Stelle mit dem Träger abstimmen zu müssen ( $f = 43/9,5\%$ ), wird an dritter Stelle genannt. Im weiteren wird auf die schon vorhandene *Arbeitsauslastung* ( $f = 33/7,3\%$ ) sowie eine *unzureichende Motivation im Team* ( $f = 29/6,4\%$ ) und *fehlende Kenntnisse und Erfahrungen* ( $f = 28/6,2\%$ ) der Mitarbeiter auf dem Gebiet der Öffentlichkeitsarbeit hingewiesen. Keine Probleme in der Durchführung ihrer Öffentlichkeitsarbeit hatten bisher demgegenüber 37 Beratungsstellen (11,6% unserer Stichprobe). 40 Beratungsstellen machten zur vorliegenden Frage keinerlei Angaben (12,5%).

Festzuhalten bleibt, daß ein Viertel derjenigen Beratungsstellen, die unseren Fragebogen beantwortet haben, keine nennenswerten Schwierigkeiten sieht, eine aktive Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben.

Auch zu dieser Frage einige konkrete Reaktionen von Kollegen und Kolleginnen:

„Für mehr Aktivitäten fehlt die Zeit, manchmal auch die Lust, weil es so mühselig ist, durchsichtig zu machen, was man tut, immer bei Null anfangen und immer die gleichen Mißverständnisse und Vorurteile abbauen usw.“ (EB eines Landkreises)

„Informationen und Erfahrungen anderer Stellen über erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit sind kaum zu erhalten.“ (Caritas als Träger)

„Hierarchie, d. h. der Dienstweg ist endlos, bis entschieden wird. Aktuelle Gelegenheiten zu Stellungnahmen werden verpaßt. Politische Konstellation.“ (EB einer Kommune)

„Als junge Stelle Teamkonsolidierung, Unerfahrenheit, Unkenntnis der Systemregeln der angesprochenen Institutionen und Personengruppen und die wenig motivierenden Erfahrungen daraus sowie die unmotivierende Art, unsere Arbeit in z. B. Tätigkeitsberichten abzufragen (Nasenzählen).“ (Kath. Verein als Träger)

*Frage 9: Worin sehen Sie die wichtigste Aufgabe einer gezielten Öffentlichkeitsarbeit von Erziehungsberatungsstellen?*

Als relativ wichtigste Aufgabe einer gezielten Öffentlichkeitsarbeit sieht ein Großteil der Beratungsstellen die *Aufklärung* an ( $f = 155/21,0\%$ ). Darunter werden vor allem Informationen über die Existenz und die Hilfsmöglichkeiten der EB verstanden. An zweiter Stelle wird bereits der *Abbau von Schwellenängsten* bei den Klienten genannt ( $f = 121/16,4\%$ ). Als dritt wichtigste Aufgabe der Öffentlichkeitsarbeit stellt sich bei der Auswertung der Daten der Bereich der *Prävention* heraus ( $f = 97/13,2\%$ ). Hier wird von Kollegen u. a. vorgeschlagen, für eine prophylaktische Erziehungsberatung (Hemling, 1984) zu werben und potentielle Klienten dafür zu sensibilisieren, sich rechtzeitig an die Erziehungsberatungsstellen zu wenden und Konfliktlösungsschritte zu unternehmen.

Als weitere Aufgaben gezielter Öffentlichkeitsarbeit werden genannt: *Imagepflege* ( $f = 61/8,3\%$ ), *Verbesserung der Kooperation mit anderen Institutionen und Multiplikatoren* ( $f = 50/6,7\%$ ) und Maßnahmen zur *Existenzsicherung der EB* ( $f = 40/5,4\%$ ). Letzteres hofft man dadurch zu erreichen, daß die Arbeit der Stelle in bestimmten Gremien politisch abgesichert wird, daß man sich dem

„Geldgeber“ bekanntmacht und sich um eine „Lobby“ (auch beim Träger) bemüht.

Darüber hinaus sollte Öffentlichkeitsarbeit dazu dienen, *sozialpolitische Probleme*, die im Arbeitsleben sichtbar werden und dann auf die Familie übergreifen, darzustellen und den Entscheidungsträgern zur Kenntnis bringen ( $f = 33/4,5\%$ ). In diesem Zusammenhang sehen einige Berater die EB auch als eine Art *politischer Interessenvertretung* oder *Lobby der Eltern und Familien* ( $f = 17/2,3\%$ ).

Die vordringlichsten Aufgaben einer gezielten Öffentlichkeitsarbeit von Erziehungs- und Familienberatungsstellen sind danach: Aufklärung, Abbau von Schwellenängsten und Vorbeugung.

An konkreten Reaktionen zu dieser Frage erreichten uns u. a. folgende Stellungnahmen und Meinungen:

„... überhaupt zu begreifen, daß Öffentlichkeitsarbeit wichtig ist (Devise: Raus aus dem Elfenbeinturm mit Blick über den Suppentellerrand der eigenen Sprechstunde)...“ (Kirche als Träger)

„Das System (übergeordnete Organisationsstrukturen, Verflechtungen sowie soziale und politische Strukturen und Personen, die diese Strukturen ausfüllen) kennenlernen, erkennen, um systematisch zu intervenieren. Relevante Informationen bekommen und geben.“ (Kath. Verein als Träger)

„Von Seiten der LAG und BKfE sollten mehr Möglichkeiten genutzt werden, Informationen über Beratung in den Medien zu verbreiten, etwa in Sendungen wie der ‚Sprechstunde‘, ‚Gesundheitsmagazin‘ u. ä. Pressekonferenzen zu bestimmten, die Erziehung betreffenden Themen, z. B. Auswirkungen der neuen Medien, was bedeutet Arbeitslosigkeit für Familien, wie wirken sich Kürzungen im Sozialbereich auf Erziehung und Entwicklung von Kindern aus u. ä.“ (Verein als Träger)

*Frage 10: Kennen Sie Beispiele einer erfolgreichen Öffentlichkeitsarbeit anderer Beratungsstellen?*

Zu dieser Frage kamen nur von 150 Beratungsstellen (46,9%) zustimmende Reaktionen. Konkrete Beispiele einer erfolgreichen Öffentlichkeitsarbeit anderer Erziehungsberatungsstellen wurden nur von etwas mehr als einem Drittel (37,5%) der Beratungsstellen angeführt. Relativ häufig wurde die EB in Northeim erwähnt, indem man auf beispielhafte Projekte dieser Stelle hinwies: Spielzeugausleihe, Spielbus und Veranstaltung von besonderen Festen. Als weitere Aktivitäten anderer Beratungsstellen werden dann, in der Rangfolge, noch genannt: Tag der offenen Tür, Kooperation mit Multiplikatoren, Informationen über die EB, Gruppen-Angebote, Presseartikel zu fachlichen Themen, Gremienarbeit und Kontakte zu Politikern, Darstellung der EB in den Medien, Durchführung besonderer Projekte (z. B. City-Treff oder Zeugnis-Telefon) sowie Spiel- und Spielzeugveranstaltungen.

Abschließend zu dieser Frage noch ein Beispiel erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit, das uns Kollegen mitteilten:

„EB Soltau: Herstellung von Aufklebern mit Hinweisen auf die EB, besonders Jugendliche ansprechend. EB Diepholz: NDR II ‚Plattenkiste‘, 1 Stunde Musik und Informationen über EB.“ (Evang. Kirche als Träger)

*Frage 11: Vorschläge und Anregungen zum Thema 'Öffentlichkeitsarbeit von Erziehungs- und Familienberatungsstellen'*

Von den 320 Beratungsstellen, die auf unsere Befragung reagiert hatten, brachten 160 Stellen Vorschläge und Anregungen zum Thema Öffentlichkeitsarbeit. Dabei bezogen sich die meisten Hinweise auf den Bereich *zentrale Information und Erfahrungsaustausch über Öffentlichkeitsarbeit* ( $f = 60/13,4\%$ ). Hier wurde etwa angeregt, eine zentrale Geschäftsstelle für Öffentlichkeitsarbeit (bei der BKfE) zu schaffen, einen Info-Pool aufzubauen, eine Fachkommission zu gründen, gute lay-outs zu publizieren, den Erfahrungsaustausch auf Tagungen zu fördern oder einen Leitfaden, eine Zeitschrift für Öffentlichkeitsarbeit herauszugeben. An zweiter Stelle wurden die (über-)regionalen *Kontakte zu den Medien* ( $f = 58/12,9\%$ ) erwähnt. Hier sprach man sich für eine alltagsnahe Werbung aus und verwies auf Fernsehsendungen wie die 'Sprechstunde', 'Die Kriminalpolizei rät' oder 'Das Gesundheitsmagazin'. Die *Zusammenarbeit mit Multiplikatoren und sozialen Institutionen* ( $f = 49/10,9\%$ ) wurde an dritter Stelle als wichtig hervorgehoben. Unter der Rubrik *Information und Aufklärung* ( $f = 47/10,4\%$ ) kamen beispielsweise Anregungen wie: Info-Stand auf dem Marktplatz, Plakate aushängen, Broschüren verteilen, Psychologen-Führer, EB-Zeitung, Werbung in Verkehrsmitteln, Videofilme über die EB etc. Des weiteren wurden *Gruppen-Angebote* ( $f = 38,8/8,4\%$ ) vorgeschlagen sowie die Bedeutung von *Kontakten zu bestimmten Gremien und Politikern* ( $f = 32/7,0\%$ ) herausgestellt. Einige Beratungsstellen betonten schließlich, daß Öffentlichkeitsarbeit immer stellenspezifisch sei.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, daß bei relativ vielen Beratungsstellen ein deutliches Interesse an einem überregionalen Erfahrungsaustausch zu diesem Themengebiet vorhanden ist. Darüber hinaus werden die Kontakte zu den Medien, den Multiplikatoren und sozialen Einrichtungen sowie eine allgemeine Informations- und Aufklärungsarbeit als besonders wichtig angesehen.

Auch zu dieser Frage noch einige Reaktionen aus den Beratungsstellen selbst:

„Wir machen sehr positive Erfahrungen, je mehr wir den Mut aufbringen, unsere Arbeit transparent zu machen und unmittelbar im Vorfeld von Erziehungsberatung tätig zu werden. Wir möchten auch anderen Stellen dazu Mut machen.“ (Caritas als Träger)

„Eine Erfahrung: Öffentlichkeitsarbeit brachte keine Zunahme von Anmeldungen.“ (Kath. u. Evang. Kirche als Träger)

„Zentrales Gremium könnte erleichternde ‚Handreichungen‘ erarbeiten.“ (Diakon. Werk als Träger)

„Es wäre gut, wenn einmal allgemein in den Medien ... auf die Präsenz und Arbeit einer EB aufmerksam gemacht würde (beispielsweise durch LAG etc.).“ (Kath. Jug. Fürsorge)

„M.E. sollten Erziehungsberatungsstellen mehr zu allgemeinen Beratungs- und Therapiezentren werden, mindestens 40% öffentliche Angebote.“ (Caritas als Träger)

## Summary

### *Public Relations Work at Child Guidance and Family Counselling Centres – a Nationwide Survey*

Within the framework of a study group at the "Annual Scientific Conference" of the Bundeskonferenz für Erziehungsberatung (BKfE) in Freiburg in 1984, the author gave a lecture on the local public relations work of the Family Counselling Centre in Freudenstadt. The question thereby arose as to how other Counselling Centres carry out public relations work and what importance they currently attach to such work. To supply this information, a nationwide survey of all Child Guidance and Family Counselling Centres (except branch centres) was made. Of the 630 centres contacted, 320 returned the questionnaire. The results of the survey are discussed in detail.

Outcome of the survey: interest in public relations work has increased in the Federal Republic of Germany and manifests itself in the demand for more practical and everyday-related activities at the Counselling Centres.

## Literatur

Hemling, H. (1981): Beruf: Psychologe – Die Öffentlichkeitsarbeit unseres Berufsstandes. Report Psychologie 6, 18–22. – Hemling, H. (1984): Informationsmappe für junge Eltern – ein Beitrag zur vorbeugenden Familienhilfe. In: Ernährungs-Umschau für die Unterrichtung und Fortbildung von Mittlerkräften. Hefte 1 (B1–B4) und 2 (B9). – Hemling, H. (1985): Öffentlichkeitsarbeit in Erziehungs- und Familienberatungsstellen. In: Klug, H.-P. und Specht, F. (Hrsg.): Erziehungs- und Familienberatung: Aufgabe und Ziele, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 119–136.

Anshr. d. Verf.: Dipl.-Psych. Heinz Hemling, Familienberatungsstelle des Landkreises Freudenstadt, Landhausstr. 4, 7290 Freudenstadt.